

ELECTIONS MUNICIPALES 2026

La campagne électorale officielle : Du 2 mars au 22 mars 2026

Sommaire

I- Le cadre légal

II- Affichage électoral et pouvoirs de police

- 1- Les panneaux d'affichage : règles de l'article L. 51 du CE
- 2- Affichage illégal : pouvoirs du maire et du préfet

III- Interdictions spécifiques pendant la campagne

- 1- Interdiction de certaines formes de publicité
- 2- Interdiction relative à l'action des agents
- 3- Polémiques électorales de dernière minute

IV- Veille et jour du scrutin

- 1- Interdictions à compter de la veille du scrutin
- 2- Jour du scrutin et résultats

La communication des communes, EPCI et élus est fortement encadrée depuis le 1er septembre 2025 ([Article L52-1 du code électoral](#)) et elle s'intensifie avec le début de la campagne électorale qui commence **le lundi 2 mars à zéro heure**.

I- Le cadre légal

- Pour le 1^{er} tour la campagne s'achève **le vendredi 13 mars à minuit** (samedi 14 mars à zéro heure).
- Pour le 2nd tour, la campagne recommence **le dimanche 15 mars à minuit** (lundi 16 mars à zéro heure) et se termine **le vendredi 20 mars à minuit** (samedi 21 mars à zéro heure).

Ainsi à partir de l'ouverture officielle de la campagne jusqu'à la clôture du deuxième tour, les règles visent essentiellement la propagande des listes et la neutralité des autorités publiques.

Entre ces dates les moyens « classiques » de propagande sont autorisés : réunions publiques, tractage, porte-à-porte, messages sur les réseaux sociaux, sites de campagne, professions de foi, affichage sur les panneaux officiels, etc., dans le respect des formats fixés (affiches, circulaires, bulletins).

Pour mémoire :

Pour les communes de plus de 9 000 habitants, toutes les dépenses de propagande engagées « en vue de l'élection » (tracts, affiches, réunions, invitations papier, insertions presse, etc.) doivent figurer dans le compte de campagne du candidat, via son mandataire financier.

Période et champ des dépenses

- À compter du 1er septembre 2025 pour les municipales de mars 2026, tout candidat dans une commune de 9 000 habitants et plus doit recenser l'ensemble des recettes et **dépenses engagées en vue de la campagne électorale** dans son compte de campagne.
- Le compte de campagne retrace notamment les dépenses réglées par le mandataire, mais aussi celles payées directement par le candidat, un parti ou un tiers, dès lors qu'elles sont faites dans l'intérêt de la campagne.

Nature des dépenses concernées

Sont classiquement considérées comme dépenses électorales à inscrire au compte, lorsqu'elles ont une finalité électorale :

- Tracts, brochures, circulaires, bulletins et autres imprimés de propagande.
- Affiches et frais d'affichage.
- Organisation de réunions publiques (location de salle, sonorisation, invitations papier, impression des supports, etc.).
- Insertion d'annonces, encarts ou numéros spéciaux dans la presse ou journaux locaux lorsqu'ils ont un caractère de propagande électorale.

Ces dépenses doivent être réglées par le mandataire financier (sauf menues dépenses admises) et intégrées au compte pour le contrôle du respect du plafond.

Cas de la « période préélectorale »

- La période préélectorale au sens de l'article L.52-1 (six mois avant le scrutin) concerne surtout l'interdiction de campagnes de promotion publicitaire par les collectivités, mais les dépenses électorales des candidats, même engagées avant l'ouverture officielle de la campagne, peuvent être intégrées au compte dès lors qu'elles sont faites **en vue de l'élection**.
- La CNCCFP et la jurisprudence admettent que des dépenses antérieures à la désignation ou antérieures aux six mois soient rattachées au compte si leur finalité électorale est avérée (ex : pré-campagne trop caractérisée).

En pratique, pour une liste candidate dans une commune de plus de 9 000 habitants, il est prudent de faire prendre en charge et comptabiliser, via le mandataire, tous les tracts, affiches, réunions, invitations papier et insertions presse qui présentent un caractère de propagande électorale à partir du 1er septembre 2025, voire avant si la finalité électorale est manifeste.

II- Affichage électoral et pouvoirs de police

1- Les panneaux d'affichage : règles de [l'article L. 51 du CE](#) :

Pendant la durée de la campagne électorale officielle, dans chaque commune, **des emplacements spéciaux sont réservés par l'autorité municipale pour apposer les affiches électorales**. Dans chacun de ces emplacements, une surface égale est attribuée à chaque candidat, binôme ou liste de candidats

Pour rappel, les emplacements d'affichage sont attribués après tirage au sort effectué par la Préfecture à l'issue du délai de dépôt des candidatures et une fois que l'ensemble des listes déposées et validées sont connues.

En cas de second tour, l'ordre retenu pour le premier tour est conservé entre les candidats restant en présence.

Les candidats peuvent aussi apposer leurs affiches sur les panneaux d'expression libre ([R.28 du CE](#)).

Mais il est interdit de coller des affiches électorales sur vitrines ou façades des permanences de campagne, mobilier urbain, véhicules, palissades, etc., même avec l'accord du propriétaire.

Apposition sur la vitrine d'une permanence du nom de la liste ou du candidat, en peinture ou autocollant.

Principe de base (article L.51)

L'affichage de propagande électorale est interdit en dehors des panneaux officiels, y compris sur des surfaces privées visibles depuis la voie publique (murs, vitrines, fenêtres, etc.).

Tolérance spécifique pour la permanence

Le [Conseil d'État, 16 février 2026, n° 502344](#) et la [CNCCFP](#) admettent désormais une **signalétique raisonnable** sur la vitrine d'une permanence électorale, à condition qu'il s'agisse d'un simple signallement de l'usage du local, et non d'un « panneau d'affichage » déguisé.

Sont ainsi admis, dans une proportion limitée :

- Le nom du candidat.

- Le nom de la liste.
- Le logo du parti ou de la liste.
- Un slogan de campagne.

Ces éléments peuvent être réalisés en peinture, adhésif ou vitrophanie, dès lors qu'ils restent d'ampleur modérée et proportionnée à la seule identification du local. (La vitrophanie consiste en la pose d'adhésifs autocollants sur des vitres ou vitrines.)

Limite à ne pas dépasser

La vitrine ne doit pas être « tapissée » d'affiches ou de visuels multiples, de taille excessive, ou renouvelés en permanence comme une campagne d'affichage classique.

En pratique, on conseille de se limiter à une mention du type :

« Permanence électorale – Liste X – Municipales 2026 », éventuellement avec le logo et une photo, de format raisonnable, occupant une partie seulement de la vitrine.

Période préélectorale vs période officielle

- La règle d'interdiction d'affichage hors panneaux (L.51) s'applique déjà pendant les 6 mois précédant le scrutin, donc en pleine période dite « préélectorale ».
- La tolérance de signalétique sur la permanence vaut pour toute la période de campagne, mais sera contrôlée au regard de son caractère raisonnable et non excessif, notamment lors de l'examen du compte de campagne (dépense électorale).

2- Affichage illégal : pouvoirs du maire et du préfet ([art. R.28-1 du code électoral](#))

L'article R.28-1 du code électoral encadre les moyens d'action de l'autorité de police pour faire cesser les situations d'affichage électoral irrégulier.

Lorsqu'un affichage est réalisé en dehors des emplacements autorisés, le maire peut, après avoir mis en demeure le ou les candidats concernés, faire procéder d'office à la dépose des affiches ; en cas d'inaction du maire dans le délai fixé, le préfet peut se substituer à lui pour mettre fin à cet « affichage sauvage ».

Ce dispositif offre un levier opérationnel pour faire cesser rapidement les affichages illégaux, sans préjudice des poursuites pénales pouvant être engagées sur le fondement des articles L.51 et L.90 du code électoral.

La violation de l'article L.51 (affichage électoral en dehors des emplacements autorisés) est punie d'une amende pouvant aller jusqu'à 9 000 euros, en application de [l'article L.90 du code électoral](#).

III- Interdictions spécifiques pendant la campagne

1. Interdiction de certaines formes de publicité

Afin de garantir l'égalité entre les candidats et la sincérité du scrutin, plusieurs formes de communication sont interdites pendant la campagne :

- **Publicité commerciale payante** : conformément à l'article L.52-1, alinéa 1er du code électoral, il est interdit à tout candidat ou liste de recourir à des services de publicité commerciale (dans la presse, à la radio, à la télévision, sur internet ou sur les réseaux

sociaux). Cela comprend notamment le recours au référencement payant, aux publications sponsorisées ou à toute autre forme de promotion financée.

- **Affichage électoral** : selon l'article R.27 du code électoral, les affiches électorales ne doivent pas être imprimées sur papier blanc ni utiliser la combinaison bleu-blanc-rouge, sauf si elle figure dans l'emblème d'un parti ou groupement politique.

2. Interdiction relative à l'action des agents.

L'article L.50 du code électoral interdit à tout agent de l'autorité publique ou municipale de distribuer des bulletins de vote, professions de foi ou circulaires des candidats.

Un agent public à la campagne n'est pas totalement exclue :

- Elle est possible s'il est en congé de ses fonctions au sein de la collectivité ([CE, 15 juin 2009, Élections municipales de Vienne, n°321873](#)) ;
- Elle peut également être autorisée en dehors des heures de service, sous réserve du respect du devoir de réserve et de la neutralité du service public.

A retenir : droits et devoir des agents communaux.

Un agent communal, fonctionnaire ou contractuel, reste un citoyen et peut avoir une vie politique, mais son expression est encadrée par la loyauté, la neutralité, la réserve et la discrétion professionnelle.

Dans le service et sur le temps de travail, il doit rester neutre et s'abstenir de toute propagande, l'article L.50 du code électoral interdisant en particulier la distribution de documents de campagne par un agent public. Hors service, il peut militer, commenter sur les réseaux sociaux ou soutenir une liste, à condition de **le faire à titre privé**, avec un ton mesuré, sans injurier ni mettre en cause sa hiérarchie, ni utiliser les moyens ou l'image de la commune.

Plus ses fonctions sont élevées ou exposées, plus l'exigence de réserve est forte, et des prises de position trop militantes ou polémiques peuvent justifier une sanction disciplinaire. En pratique, la collectivité peut rappeler ces obligations lors d'un entretien ou par écrit, demander la suppression de certains posts, et, en cas de propos injurieux ou diffamatoires, engager une procédure disciplinaire voire une action pénale.

3. Polémiques électorales de dernière minute ([article L.48-2](#)).

[L'article L.48-2 du code électoral](#) interdit à tout candidat de divulguer à la fin de la campagne un élément nouveau de polémique électorale qui priverait ses adversaires de la possibilité d'y répondre utilement avant la clôture de la campagne.

Cette règle vise à prévenir les « coups de théâtre » de dernière minute susceptibles de déséquilibrer le débat public et d'altérer la sincérité du scrutin.

La jurisprudence considère qu'une diffusion intervenue le vendredi précédant le scrutin, et plus encore la veille du vote, est généralement trop tardive pour permettre une réponse efficace, sauf circonstances particulières.

Ainsi, le Conseil d'État a annulé une élection municipale après la diffusion sur un réseau social, la veille du scrutin, d'une vidéo montrant un candidat dégradant des affiches adverses,

accompagnée d'un message dénonçant ses « sales méthodes » ([CE, 20 octobre 2021, Élections municipales de Romans, n°450393](#)).

La méconnaissance de ces dispositions peut être punie d'un emprisonnement d'un an et d'une amende de 15 000 euros ([art. L.97 du code électoral](#)), sans préjudice des conséquences électorales (rejet du compte, inéligibilité, annulation du scrutin si la sincérité est altérée).

IV- Veille et jour du scrutin

1. Interdictions à compter de la veille du scrutin – [article L.49](#)

À partir de la veille du scrutin à 0 h, soit le vendredi à minuit :

- Distribuer ou faire distribuer des bulletins, circulaires et autres documents ;
- Diffuser ou faire diffuser par tout moyen de communication au public par voie électronique tout message ayant le caractère de propagande électorale ;
- Procéder, par un système automatisé ou non, à l'appel téléphonique en série des électeurs afin de les inciter à voter pour un candidat ;
- Tenir une réunion électorale.

Toute infraction aux dispositions de [l'article L.49](#) est punie d'une amende de 3 750 euros, avec confiscation possible des documents diffusés ([art. L.89 CE](#)).

Le juge apprécie le caractère massif et la portée réelle des messages diffusés la veille du scrutin pour mesurer leur incidence sur la sincérité du vote, en tenant compte notamment de l'audience effective sur les réseaux sociaux.

2. Jour du scrutin et résultats

Le jour du scrutin, ces mêmes interdictions sont confirmées et s'ajoute l'interdiction de diffuser tout résultat, partiel ou définitif, avant la fermeture du dernier bureau de vote en métropole ([article L.52-2 du code électoral](#)).

Toute infraction à ces dispositions sera punie d'une amende de 75 000 € ([art. L.90-1 du code électoral](#)).

Pour plus d'informations :

philippe.tissier@uniondesmairesduvaldoise.fr

06 75 37 10 51

karine.legouhir@uniondesmairesduvaldoise.fr

01 30 32 64 91